

Pla de comunicació **Pobles amb Encant**

Introducció

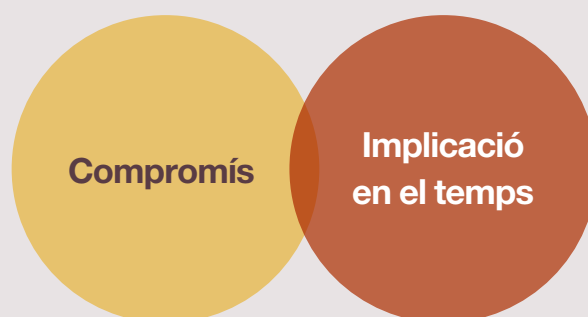
L'ACT compta amb la marca Pobles amb Encant, una marca que té un nombre estable de membres i unes dinàmiques de treball establertes, fet que ens porta al moment de planificar l'estratègia comunicativa i treball comú que ha de guiar al desenvolupament promocional en els propers anys.

Estem parlant d'un pla amb un horitzó de 3 a 5 anys vista que contribuirà a millorar el posicionament de la marca Pobles amb Encant (nacional i internacionalment). També contribuirà a promocionar Catalunya com a destinació de referència en l'àmbit cultural.

Objectius

- 01** Establir les bases de la comunicació de la marca Pobles amb Encant i fer-la arribar més lluny.
- 02** Com s'ha de portar a la pràctica.
- 03** Rol que ha de tenir cadascun dels ens i agents implicats: ACT, Patronats de Turisme i municipis.

El més important perquè el pla es desenvolupi amb èxit és la capacitat de cada implicat a interioritzar l'estratègia i que aquesta es traslladi a tota l'activitat comunicativa.



Treball de manera alineada i estratègia compartida

1. Estratègia

1.1 Missió



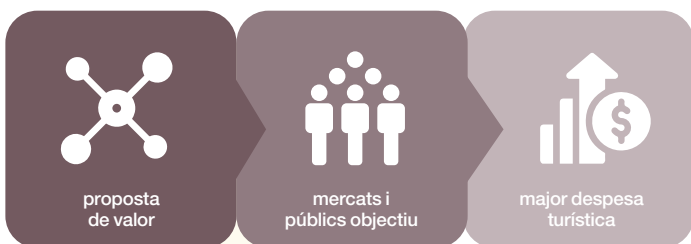
Posar en valor l'encant patrimonial i immaterial dels pobles catalans que desprenen un encant concret i característic.

La diversitat territorial evidencia la varietat que ofereix Catalunya en aquest sentit i alhora la riquesa de la marca.



Identificar denominadors comuns per a una promoció conjunta i nodrida per aportació de cadascuna de les parts.

1.2 Visió



Mantenir i aprofitar cadascun dels "encants" que conformen els integrants de la marca Pobles amb Encant per a concebre i projectar-la com una xarxa que proposa una experiència rica i complexa però basada en uns valors i principis propis i comuns dels membres

El repte de la marca serà transmetre aquesta proposta de valor als mercats i públics objectiu de manera eficaç, eficient i efectiva fent que es tradueixi en una major freqüentació i una major despesa turística als pobles que constitueixen la marca.

1.1 Valors

Encant



Autenticitat



Sostenibilitat



Estil de vida



Tradició



Natura



Tranquil·litat



La marca es defineix pels següents atributs:

turisme responsable qualitat desconnexió

cultura slow bellesa patrimoni

ruralitat entorn natural paisatges

descans vida de poble senderisme

2. Objectius

2.1 Objectius estratègics



Posicionar Catalunya com a destinació de referència pel que fa a pobles amb atractius concrets agrupats sota una marca comuna.

Fer entendre la marca Pobles amb Encant com un “label de garantia”, promovent la mobilitat turística entre els pobles membres.

Desenvolupar una estratègia de comunicació que projecti els atributs diferenciadors de la marca de manera consistent, coherent i dirigida als públics objectiu.

Assegurar l’alineament de les polítiques comunicatives de tots els agents implicats. (definir uns valors i un missatge comú i compartit).

Impulsar i mantenir una presència periòdica als mitjans de referència dels mercats i públics objectiu de manera que posicioni el conjunt en la ment del turista potencial.

Crear sinèrgies comunicatives entre els pobles, definint mecanismes de col·laboració.

Ser present en jornades i esdeveniments alineats amb els valors de la marca Pobles amb Encant i orientats als públic objectiu dels mercats potencials.

Incrementar la presència online, al mateix temps que es manté i/o millora la reputació online dels pobles membres.

2.2 Objectius numèrics



Augmentar el nombre de turistes als Pobles amb Encant.

Incrementar el nombre d’excursionistes als Pobles amb Encant.

Incrementar la despesa efectuada per turistes i excursionistes als Pobles amb Encant.

Augmentar i fer recurrent i periòdica la presència de la marca Pobles amb Encant a mitjans online i offline.

Augmentar la visualització i ús de les url dedicades a la marca Pobles amb Encant.

Incrementar l’engagement a les xarxes socials.

Millorar la valoració i reputació online dels Pobles amb Encant: quantitat i qualitat.

Augmentar la presència de la marca en jornades i esdeveniments.

Augmentar el nombre d’accions el col·laboració entre els diferents agents.

Augmentar la visibilitat de la marca a les pròpies destinacions.

Donar a conèixer la marca a la pròpia ciutadania.

3. Estratègia comunicativa

3.1 Públics objectius



Turista

Escapada de desconexió,
excursionista: visita ocasional,
turista/excursionista actiu



Grand Tour

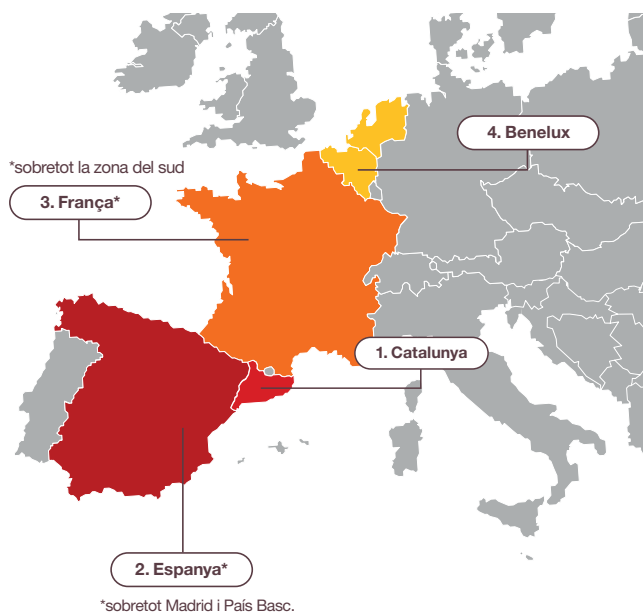
Genèric, contemplatiu
i descoberta activa



Perfil desitjat

Escapada/Estada
imprescindible

3.2 Mercats



3.3 Missatge

El missatge a donar ha d'anar acompanyat d'un relat o storytelling que captivi els targets objectius i esdevingui un motiu de visita, el relat ha d'anar enforcat cap a:

Desconnexió



Immersion en "allò local"



Introspecció



Els eixos comunicatius són les diferents temàtiques que agrupen denominadors comuns dels integrants de la marca Pobles amb Encant :

- **Entorn natural:** paisatges, senderisme, parcs, sostenibilitat, flora i fauna, rutes, rius.
- **Cultura immaterial:** Festes majors, tranquil·litat, desconexió, vida de poble, música, tradició.
- **Encant i autenticitat:** ruralitat, bellesa, autenticitat, mercats, patrimoni, gastronomia.



Serà important estar al corrent del que es parla als mitjans de comunicació a l'hora de definir i adaptar el missatge perquè arribi adequadament als públics i mercats target.

3.4 Materials

Les fotografies, vídeos, catàleg i mapa han d'acompanyar el missatge i mostrar de manera visual els valors de la marca Pobles amb Encant. Es tracta de recursos materials que serviran tant per les comunicacions i accions promocionals online com offline.

Descarrega't el Manual d'Identitat Visual dels elements d'identificació i senyalització



3.5 Canals

L'estratègia i actuacions comunicatives han de ser multicanal amb un predomini de les accions online que facilitin la segmentació per tal d'arribar als targets i mercats definits.

Els canals on adreçar-se:
Web, xarxes socials, premsa, esdeveniments, etc.

Hashtag	Públic	Prioritat	Objectiu
#PoblesambEncant #PueblosconEncanto #CharmingVillages #VillesdeCharme	Públic final / Professional	1 - Sempre	Creació de xarxa i comunitat, representació de la marca al territori i exposar que es forma part d'aquesta xarxa en concret. En definitiva, parlar de la xarxa de la qual formem part.
#PobleambEncant	Públic final / Professional	2 - per complementar i segons tipus de post	Serveix per referir-se a la vila en concret que ho publica.
#ProgramesACT	Públic professional	2 - per complementar i segons tipus de post	Que totes les empreses i entitats que formen part dels programes de treball de l'ACT utilitzin aquest hashtag per tal de fer branding dels programes de treball de l'ACT. Per exemple, a benchmarks, formacions, etc.
#CatalunyaExperience	Públic final / Professional	1 - Sempre	Fomentar la comunicació i la xarxa plural tant per a públic final com públic professional.

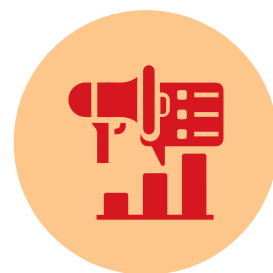
4. Governança

Un dels objectius importants d'aquest Pla de Comunicació és **aconseguir la implicació, de manera coordinada i complementària, de tots els agents territorials (Patronats i municipis) en la promoció de la marca Pobles amb Encant.**

Més enllà d'aportar una guia clara per tal d'alinear el missatge i les estratègies comunicatives de tots els implicats, també és important definir quin és el rol de cadascun d'ells, marcant en certa manera els "compromisos" comunicatius que aquest adquireix envers la marca i resta d'agents.

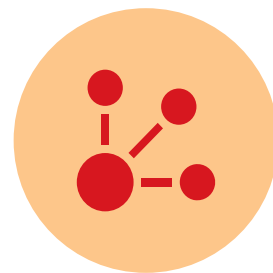
4.1 Rol de l'ACT

Promocionar, donar cobertura i facilitar eines als membres.



4.2 Rol dels ens provincials

Promocionar els membres de la seva demarcació i remarcar la seva pertinença a una marca més global.



4.3 Rol dels municipis

Posar en valor la seva pertinença de la marca.



4.1 Rol de l'ACT

**Promocionar, donar cobertura
i facilitar eines als membres.**

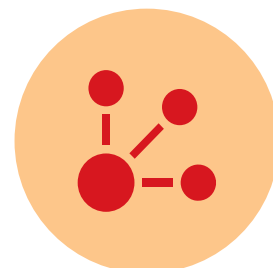


Tasques a dur a terme per l'ACT

- ✓ Facilitar el logotip de la marca Pobles amb Encant i el seu manual d'aplicació (es troben a l'extranet).
- ✓ Definir anualment un pla d'accions de promoció internacional propi de la marca Pobles amb Encant tenint en compte poder tractar dos mercats diferents i que incorporin un 50% dels membres de la marca.
- ✓ Dissenyar i facilitar els elements de senyalització visual de la marca (es troba a l'extranet).
- ✓ Vetllar per incloure els membres de la marca Pobles amb Encant a altres accions de promoció que no són específiques de la marca, tot indicant la seva pertinença a Pobles amb Encant i explicant breument la marca.
- ✓ Pàg. web específica / dedicar una URL específica a la marca Pobles amb Encant al web Catalunya.com.
- ✓ Donar suport a les iniciatives que portin a terme els altres agents implicats: Patronats i/o Ajuntaments.
- ✓ Publicacions a diferents suports propis de l'Agència Catalana de Turisme (blocs específics, blocs de campanya, Catalunya.com).
- ✓ Creació d'una agenda que reculli els esdeveniments que se celebren als municipis de la marca Pobles amb encant amb la seva col·laboració.
- ✓ Dedicar un mínim de publicacions sobre la marca Pobles amb Encant als perfils a xarxes socials.
- ✓ Recopilar periòdicament els KPI's proposats en aquest pla.
- ✓ Mencionar la marca Pobles amb Encant quan es comparteixi informació sobre un municipi que en formi part, utilitzant el hashtag de la marca. Incloure el hashtag a totes les publicacions a perfils propis que parlin de la marca o d'algun dels seus membres.
- ✓ Implantació del Pla de comunicació.

4.2 Rol dels ens provincials

Promocionar els membres de la seva demarcació i remarcar la seva pertinença a una marca més global.



Tasques a dur a terme per les entitats de promoció provincials

- ✓ Dedicar una ULR específica als Pobles amb Encant de la seva demarcació, mencionant la marca i la resta d'integrants.
- ✓ Incloure al seu pla d'accions anual una acció específica dedicada als Pobles amb Encant de la seva demarcació, amb menció a la marca i també en coordinació amb l'ACT.
- ✓ Newsletter a públic final: incorporació de notícies dedicades a Pobles amb Encant de la seva demarcació, amb menció a la marca.
- ✓ Ajut i col·laboració en l'organització i acollida de possibles trips adreçats a la marca Pobles amb Encant.
- ✓ Xarxes socials:
 - Utilització del #hashtag de la marca Pobles amb Encant a totes les publicacions a perfils propis que incloguin el nom de les localitats membres de la seva demarcació.
 - Dedicar als Pobles amb Encant de la seva demarcació i a l'ACT un mínim de 6 publicacions amb menció a la marca.
- ✓ Recopilar periòdicament els KPI's que corresponguin proposats en aquest pla i facilitar-los a l'Agència Catalana de Turisme per al seguiment global del pla.

4.3 Rol dels municipis

Posar en valor la seva pertinença de la marca.



Tasques a dur a terme pels municipis

- ✓ Logotip de Pobles amb Encant, incloure'l a:
 - Les notes de premsa relacionades amb temes turístics i de promoció del municipi.
 - Material promocional del municipi: fulletons, mapes, web, i altres recursos promocionals.
- ✓ Integrar un apartat a la pàgina web de cada municipi dedicat a la marca Pobles amb encant i altres destinacions que en formen part, on també es faciliti l'enllaç al web turístic de l'ACT (www.catalunya.com) i a les publicacions disponibles: catàleg i mapa.
- ✓ Fer menció de la pertinença a la marca Pobles amb Encant als continguts promocionals i de comunicació sobre els esdeveniments i campanyes de promoció que organitzin.
- ✓ Conscienciació ciutadana: organització d'una acció anual per a donar a conèixer la marca "Pobles amb encant" entre la ciutadania.
- ✓ Potenciar l'ús de la paraula "encant" a l'hora de promocionar el municipi.
- ✓ Participació a accions conjuntes entre les diferents Pobles amb Encant.
- ✓ Mostrar els valors de la marca a través de les comunicacions que es fan des de l'àrea de turisme i altres departaments.
- ✓ Recopilar periòdicament els KPI's que corresponguin proposats en aquest pla i facilitar-los a l'Agència Catalana de Turisme per al seguiment global del pla.

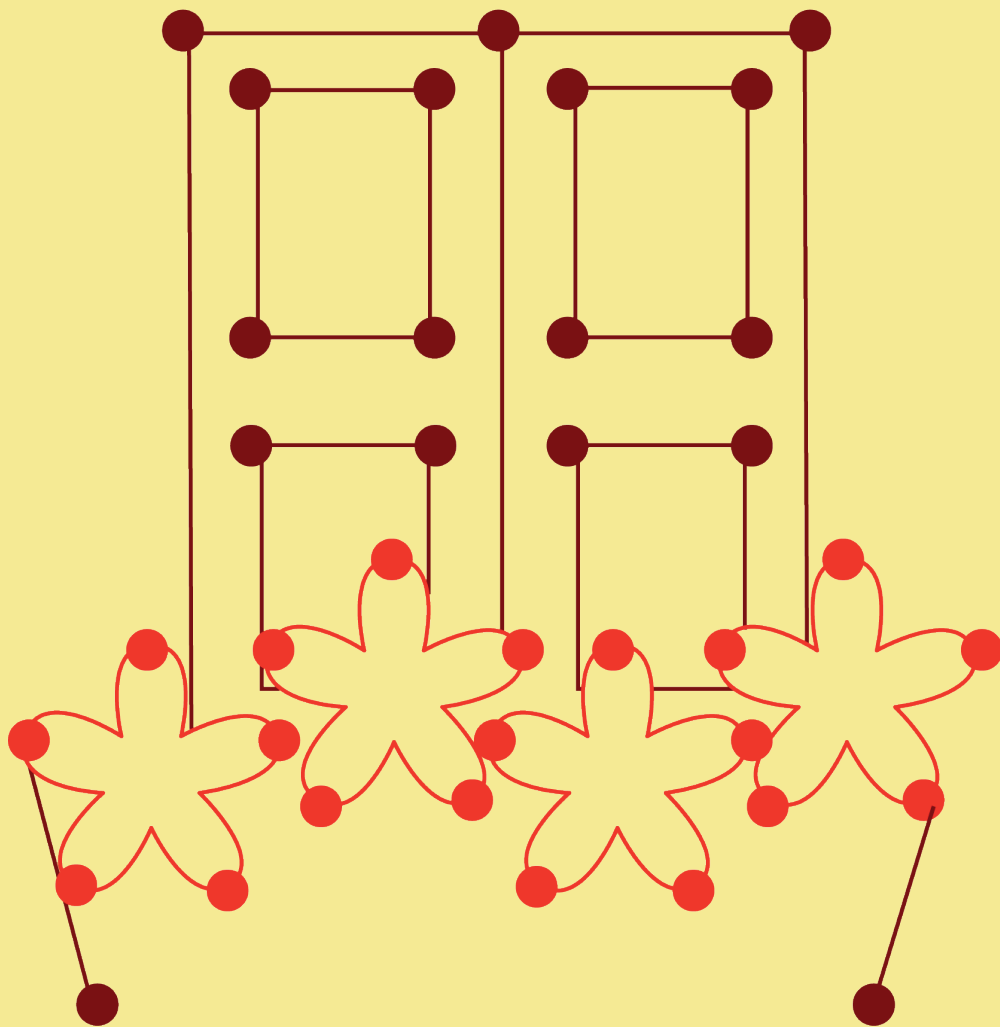
Properes passes



Implantació del
Pla de Comunicació.



Compromís de recopilació
dels diferents KPI'S que
s'estableixin. I facilitar-los
a l'ACT mensualment,
semestralment.



act.gencat.cat
catalunya.com